



Titulación expedida por Escuela Iberoamericana de Postgrado

Maestría en Growth Hacking

ALIANZA ESIBE Y UNIVERSIDAD DEL NORTE



ESIBE, Escuela Iberoamericana de Postgrado colabora estrechamente con la Universidad del Norte con el objetivo de **democratizar el acceso a la educación y apostar por la implementación de la tecnología en el sector educativo.** Para cumplir con esta misión, ambas entidades aúnan sus conocimientos y metodologías de enseñanza, logrando así una formación internacional y diferenciadora.

Esta suma de saberes hace que el proceso educativo se enriquezca y ofrezca al alumnado una oferta **variada, plural y de alta calidad.** La formación aborda materias desde un enfoque técnico y práctico, buscando contribuir al desarrollo de las capacidades y actitudes necesarias para el desempeño profesional.

ACREDITACIONES



CERTIFIED ASSOCIATE

amADEUS
Your technology partner



sage
software



Google
for Education





Escuela Iberoamericana de Formación en línea.

ESIBE nace con la misión de crear un punto de encuentro entre Europa y América. Desde hace más de 18 años trabaja para cumplir con este reto, teniendo como finalidad potenciar el futuro empresarial de los profesionales de ambos continentes a través de programas de master, masters oficiales, master universitarios y maestrías.

ESIBE cuenta con Euroinnova e INESEM como entidades educativas de formación online colaboradoras, trabajando unidas para brindar nuevas oportunidades a sus estudiantes. Gracias al trabajo conjunto de estas instituciones, se ha conseguido llevar un modelo pedagógico único a miles de estudiantes y se han trazado alianzas estratégicas con diferentes universidades de prestigio.

ESIBE se sirve de la Metodología Active, una forma de adquirir conocimientos diferente que prima el aprendizaje personalizado atendiendo al contexto del estudiante, a sus objetivos y a su ritmo de aprendizaje. Para conseguir ofrecer esta forma particular de aprender, la entidad educativa se sirve de la Inteligencia Artificial y de los últimos avances tecnológicos.

ESIBE apuesta por ofrecer a su alumnado una formación de calidad sin barreras físicas, aprendiendo 100 % online, de forma flexible y adaptada a las necesidades e inquietudes del alumnado.

¡Aprende disfrutando de una experiencia que se adapta a ti!

VALORES

Los valores sobre los que se asienta Euroinnova son:

1

Accesibilidad

Somos cercanos y comprensivos, trabajamos para que todas las personas tengan oportunidad de seguir formándose.

2

Honestidad

Somos claros y transparentes, nuestras acciones tienen como último objetivo que el alumnado consiga sus objetivos, sin sorpresas.

3

Practicidad

Formación práctica que suponga un aprendizaje significativo. Nos esforzamos en ofrecer una metodología práctica.

4

Empatía

Somos inspiracionales y trabajamos para entender al alumno y brindarle así un servicio pensado por y para él.

A día de hoy, han pasado por nuestras aulas más de **300.000 alumnos** provenientes de los cinco continentes. Euroinnova es actualmente una de las empresas con mayor índice de crecimiento y proyección en el panorama internacional.

Nuestro portfolio se compone de cursos online, cursos homologados, baremables en oposiciones y formación superior de postgrado y máster.



METODOLOGÍA ACTIVE

Nuestra **Metodología Active** tiene en cuenta el perfil de cada estudiante y adapta el contenido a sus preferencias a través de la inteligencia artificial. Es una formación 100 % online, práctica y profesional.



1. Aprendizaje significativo y práctico

Los conocimientos se incorporan de forma sustantiva en la estructura cognitiva del alumnado. A través de sucesivas **prácticas** y de **ejercicios de reflexión**, se conduce al estudiante a relacionar los nuevos contenidos con los anteriormente adquiridos, conformando las bases de un aprendizaje sólido, útil y pragmático.



2. Flexibilidad

Aprendizaje a tu ritmo, a la hora que prefieras y desde cualquier lugar. **ESIBE se adapta a ti**, a tus circunstancias y a tu contexto. Tenemos en cuenta tus intereses y tu motivación y respondemos ofreciéndote un temario y un servicio acorde a tus preferencias y necesidades.



3. Acompañamiento docente

Contamos con **profesionales en activo**, con gran vocación y con dilatada experiencia para ofrecerte una formación de calidad y acorde a la realidad laboral. Además, contamos con un equipo de asesoramiento que te guiará durante todo el proceso de aprendizaje y te dará pautas para superar con éxito tu etapa educativa.



4. Innovación

Apostamos por la **implementación de la tecnología** y de los últimos **avances en e-learning**. Nos servimos de la IA para un aprendizaje inteligente, que tenga en cuenta tus metas y te permita desarrollarte profesionalmente en función de tus preferencias y potencial.



5. Desarrollo de competencias profesionales más demandadas

La metodología Active te prepara para el **desarrollo de las competencias más demandadas** del mercado. Conectamos el talento con la realidad laboral. Primamos el desarrollo de personas autónomas, críticas, con grandes dotes comunicativos y capaces de resolver casos reales.



6. ESIBE contigo

Te ofrecemos la oportunidad **de estar conectado** a distintos **temas de interés** gracias a nuestros **seminarios**. Profesionales de áreas especializadas nos cuentan de forma periódica los avances y novedades en los distintos campos, así como trucos y consejos.



7. Campus virtual

Aprende en un **entorno dinámico, avanzado e intuitivo**. Disfruta de un campus virtual diseñado por expertos y con múltiples funcionalidades para un aprendizaje óptimo.



8. Contenido de calidad

Temario actualizado, de calidad y acorde al contexto actual. Aprenderás con contenido elaborado específicamente para la formación en cuestión y con recursos didácticos que te permitirán una mejor comprensión. El temario está sometido a constantes cambios en función de la evolución del campo de especialización.



+200K

Estudiantes
formados

+18

Años de experiencia en el
sector de la formación

5

Alumnado de los
5 continentes

98%

de satisfacción

84%

de los estudiantes
repiten en ESIBE



Nuestras Sedes

España | Miami | México



ESIBE

Maestría en Growth Hacking



DURACIÓN

1500 horas



MODALIDAD

Online



ACOMPañAMIENTO PERSONALIZADO

TITULACIÓN

Titulación de Maestría Internacional en Growth Hacking con 1500 horas expedida por ESIBE (ESCUELA IBEROAMERICANA DE POSTGRADO).



DESCRIPCIÓN

El entorno online y los métodos de crecimiento aplicados por las startups dentro de este han generado la generación de una nueva corriente dentro del marketing digital, el conocido como el growth hacking. El growth hacking tiene como principal objetivo desarrollar estrategias de crecimiento, en cuanto a visibilidad y ventas, al menor coste posible y con la generación de resultados en el menor tiempo posible. Responde a las necesidades de startups con pocos recursos, de generar un retorno en el menor tiempo posible. En la Maestría Internacional en Growth Hacking descubrirás cuales son las principales prácticas y estrategias de growth hacking para impulsar el crecimiento de tu negocio y lograr garantizar su sostenibilidad en el menor tiempo posible.

OBJETIVOS

- Comprender el funcionamiento de los buscadores y las redes sociales.
- Empezar estrategias y tácticas para adquirir y convertir clientes en las redes sociales y los buscadores.
- Desarrollar campañas efectivas de email marketing.
- Aplicar estrategias que optimicen tu ratio de conversión.
- Descubrir el marketing de afiliación como alternativa para viralizar tus ventas.
- Diseñar campañas de publicidad digital a través de diferentes medios.

A QUIÉN VA DIRIGIDO

Esta Maestría Internacional en Growth Hacking puede ir dirigido a emprendedores y propietarios de negocios, especialmente aquellas startups que buscan comenzar a generar ingresos. Como estudiante o profesional del marketing te especializarás además en uno de los ámbitos más disruptivos del marketing digital.

PARA QUÉ TE PREPARA

La Maestría Internacional en Growth Hacking te prepara para comprender las mejores estrategias y técnicas del marketing digital que enfoquen sus objetivos en generar ingresos al menor coste posible y en el margen más corto de tiempo posible. Descubrirás algunas de las prácticas más interesantes para viralizar tus ventas y lograr generar, convertir y retener clientes con éxito. Conviértete en el impulsor de cualquier negocio o startup...

Programa Formativo

MÓDULO 1. INTRODUCCIÓN AL MARKETING DE BUSCADORES Y ESTRATEGIAS DE INBOUND MARKETING

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN AL SEO

1. Importancia del SEO
2. Funcionamiento de los buscadores
3. Google: algoritmos y actualizaciones
4. Cómo salir de una penalización en Google
5. Estrategia SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 2. INTRODUCCIÓN AL SEM

1. Introducción al SEM
2. Principales conceptos de SEM
3. Sistema de pujas y calidad del anuncio
4. Primer contacto con Google Ads
5. Creación de anuncios de calidad
6. Indicadores clave de rendimiento en SEM

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONTENT MANAGEMENT SYSTEM

1. Qué es un CMS
2. Ventajas e inconvenientes de los CMS
3. Wordpress y Woocommerce
4. Prestashop y Magento

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INBOUD MARKETING: CONCEPTOS CLAVES

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing viral
4. Video Marketing
5. Reputación online

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE ATRACCIÓN

1. Sistema de Gestión de contenidos CSM
2. Los blogs Wordpress
3. Posicionamiento SEO
4. Social Media

UNIDAD DIDÁCTICA 6. FASE DE CONVERSIÓN

1. Formularios
2. Call to action
3. Landing Pages

UNIDAD DIDÁCTICA 7. FASE DE CIERRE

1. Marketing Relacional
2. Gestión de relaciones con los clientes CRM
3. Email marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 8. FASE DE DELEITE

1. Encuestas
2. Contenido inteligente
3. Monitorización Social

MÓDULO 2. SEO ON PAGE Y SEO OFF PAGE

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ARQUITECTURA DEL SITIO WEB

1. Estructura de una web
2. Análisis de metadatos
3. Elementos html
4. Hoja de estilo CSS
5. SEO en HTML

UNIDAD DIDÁCTICA 2. FIJANDO OBJETIVOS SEO

1. Introducción
2. Información útil, información fresca
3. Flash, el problema del invisible
4. Densidad de palabra clave
5. Long Tail, la larga cola de palabra clave
6. Marketing en internet: captando visitas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. USABILIDAD

1. Introducción
2. Experiencia de usuario -UX
3. Diseño centrado en el usuario
4. Prototipado y diseño de interacción
5. Evaluación de Usabilidad

UNIDAD DIDÁCTICA 4. ALGORITMO DE GOOGLE. CAMBIOS Y ACTUALIZACIONES

1. Introducción

2. Google Panda
3. Google Penguin
4. Google Hummingbird
5. Otras actualizaciones
6. Penalizaciones y soluciones

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ANÁLISIS DE LOS METADATOS

1. Etiquetas meta name
2. Etiqueta meta description
3. Etiqueta meta Keyword
4. Etiqueta meta Robots
5. Etiqueta meta viewport
6. Etiqueta meta nosnippet
7. etiqueta meta http-equiv
8. Etiqueta Title

UNIDAD DIDÁCTICA 6. HERRAMIENTAS Y PLUGINS

1. Herramientas para la optimización del SEO on Page
2. Qué es un plugin
3. Plugins para la optimización del SEO on Page

UNIDAD DIDÁCTICA 7. IMPORTANCIA DE LOS ENLACES EN SEO

1. Cómo es un enlace entrante
2. Consideraciones de los enlaces entrantes
3. Análisis de enlaces
4. Otras consideraciones

UNIDAD DIDÁCTICA 8. LINKBUILDING

1. Introducción al linkbuilding
2. Consideraciones importantes sobre linkbuilding
3. Principales técnicas de linkbuilding
4. Estrategia de linkbuilding natural

UNIDAD DIDÁCTICA 9. LINKBAITING

1. Introducción al linkbaiting
2. Marketing de Contenidos
3. Storytelling
4. Marketing viral

UNIDAD DIDÁCTICA 10. SEO ESPECIALIZADO

1. SEO local
2. Search y social media

3. SEO mobile
4. SEO internacional
5. Auditoría SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 11. SEO PARA BLOGS Y WORDPRESS

1. Blogs
2. Cómo hacer un blog en Wordpress
3. Plugins para optimizar el SEO en los blogs

MÓDULO 3. PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN DEL SOCIAL MEDIA

1. Tipos de redes sociales
2. La importancia actual del social media
3. Prosumer
4. Contenido de valor
5. Marketing viral
6. La figura del Community Manager
7. Social Media Plan
8. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 2. GESTIÓN DE FACEBOOK

1. Primeros pasos con Facebook
2. Facebook para empresas
3. Configuración de la Fanpage
4. Configuración de mensajes: Facebook Messenger
5. Tipo de publicaciones
6. Creación de eventos
7. Facebook Marketplace
8. Administración de la página
9. Facebook Insights

UNIDAD DIDÁCTICA 3. GESTIÓN DE INSTAGRAM

1. Introducción a Instagram
2. Instagram para empresas
3. Creación de contenido
4. Uso de Hashtags
5. Instagram Stories
6. Herramientas creativas
7. Colaboración con influencers
8. Principales estadísticas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. GESTIÓN DE TWITTER

1. Introducción a Twitter
2. Elementos básicos de Twitter
3. Twitter para empresas
4. Servicio de atención al cliente a través de Twitter
5. Contenidos
6. Uso de Hashtags y Trending Topic
7. Twitter Analytics
8. TweetDeck
9. Audiense
10. Hootsuite
11. Bitly

UNIDAD DIDÁCTICA 5. GESTIÓN DE LINKEDIN

1. Introducción a LinkedIn
2. LinkedIn para empresas
3. Creación de perfil y optimización
4. Grupos
5. SEO para LinkedIn
6. Analítica en LinkedIn
7. LinkedIn Recruiter

UNIDAD DIDÁCTICA 6. GESTIÓN DE YOUTUBE

1. Introducción a Youtube
2. Vídeo Marketing
3. Crear una canal de empresa
4. Optimización del canal
5. Creación de contenidos
6. Gestión de comentarios
7. Youtube Analytics
8. Youtube vs Vimeo
9. Keyword Tool
10. Youtube Trends

UNIDAD DIDÁCTICA 7. GESTIÓN DE TWITCH

1. Introducción a Twitch
2. El éxito de Twitch
3. Generar suscriptores en Twitch
4. Contenidos y recomendaciones
5. Twitch e influencers
6. Streamlabs
7. Publicidad en Twitch
8. Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 8. GESTIÓN DE TIKTOK

1. ¿Qué es y cómo funciona Tiktok?
2. Creación de contenido en TikTok
3. Estrategias para ganar seguidores (hashtags, likes, challenges...)
4. El papel del marketing en Tiktok
5. Tiktok e influencers
6. Tiktok Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- FACEBOOK ADS

1. Introducción a Facebook Ads
2. Tipos de Campañas y objetivos publicitarios
3. Segmentación: públicos
4. Presupuesto
5. Formatos de anuncios
6. Ubicaciones
7. Administrador de anuncios
8. Seguimiento y optimización de anuncios
9. Power Editor
10. Pixel de Facebook

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- INSTAGRAM ADS

1. Introducción a Instagram Ads
2. Objetivos publicitarios
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Presupuesto
6. Instagram Partners
7. Segmentación

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- TWITTER ADS

1. Objetivos publicitarios
2. Audiencias en Twitter
3. Tipos de anuncios
4. Administrador de anuncios
5. Creación de campañas y optimización
6. Twitter Cards
7. Instalación código de seguimiento
8. Listas de remarketing

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- LINKEDIN ADS

1. Introducción a LinkedIn Ads
2. Formatos de anuncios

3. Objetivos publicitarios
4. Creación de campañas
5. Segmentación
6. Presupuesto
7. Seguimiento y medición de resultados

UNIDAD DIDÁCTICA 13. PUBLICIDAD SOCIAL MEDIA- PUBLICIDAD EN YOUTUBE

1. Ventajas de la publicidad en Youtube
2. Youtube y Google Adwords
3. Tipos de anuncios en Youtube
4. Campaña publicitarias en Youtube con Google Adwords
5. Creación de anuncios desde Youtube

MÓDULO 4. ANALÍTICA Y PUBLICIDAD WEB: GOOGLE ANALYTICS Y GOOGLE ADS

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA WEB

1. ¿Qué es la analítica web?
2. Justificación de la analítica web
3. ¿Qué hacen los usuarios en mi sitio web?
4. ¿Cómo obtenemos los datos?
5. Herramientas más utilizadas (comparativa)

UNIDAD DIDÁCTICA 2. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS Y KPIS DE UN SITIO WEB

1. Los objetivos de un sitio web
2. ¿Qué es un KPI?
3. ¿Cómo identificar los KPI más adecuados?
4. Ejemplos de KPIS
5. Presentación de los cuadros de mando

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CUADROS DE MANDO

1. Cuadros de mando
2. Elaborar un cuadro de mando
3. Conclusiones
4. Herramientas útiles

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ANALYTICS

1. Introducción a la analítica web
2. Funcionamiento Google Analytics
3. Instalación y configuración de Google Analytics
4. Configuración de las vistas mediante filtros

UNIDAD DIDÁCTICA 5. INTERFACE Y NAVEGACIÓN

1. Navegación por Google Analytics
2. Informes de visión general
3. informes completos
4. Compartir informes
5. Configuración paneles de control y accesos directos

UNIDAD DIDÁCTICA 6. INFORMES

1. Informes de Audiencia
2. Informes de Adquisición
3. Informes de Comportamiento

UNIDAD DIDÁCTICA 7. CAMPAÑAS Y CONVERSIONES

1. Campañas personalizadas
2. Realizar un seguimiento de las campañas con el Creador de URLs
3. Configuración y medición de objetivos
4. Cómo medir campañas de Google Ads

UNIDAD DIDÁCTICA 8. INTRODUCCIÓN A GOOGLE ADS

1. Ventajas de la publicidad online
2. ¿Qué es Google Ads?
3. Fundamentos de Google Ads
4. Crear una cuenta en Google Ads
5. Campañas, grupos de anuncios y palabras clave
6. Planificador de palabras clave
7. Adwords Editor

UNIDAD DIDÁCTICA 9. PUBLICIDAD EN BÚSQUEDAS

1. Funcionamiento
2. Configuración campaña
3. Anuncios
4. Pujas y presupuestos
5. Administración, medición y supervisión de campañas
6. Optimización

UNIDAD DIDÁCTICA 10. PUBLICIDAD EN DISPLAY

1. Introducción
2. Configuración campaña
3. Anuncios
4. Audiencias, segmentación y remarketing
5. Medición y optimización

UNIDAD DIDÁCTICA 11. PUBLICIDAD PARA MÓVILES

1. Ventajas de la publicidad mobile
2. Pujas y segmentación
3. Anuncios
4. Medición

UNIDAD DIDÁCTICA 12. PUBLICIDAD EN SHOPPING

1. Google Merchant Center
2. Campañas de shopping

MÓDULO 5. MARKETING MOBILE Y PUBLICIDAD

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN

1. Introducción al Mobile Marketing
2. ¿En qué consiste el Mobile Marketing?
3. Evolución de Mobile Marketing
4. Nuevas tendencias de consumo

UNIDAD DIDÁCTICA 2. OBJETIVOS Y ANÁLISIS EN MOBILE MARKETING

1. Importancia del análisis en la estrategia mobile
2. Variables de género y edad
3. Variable Ingresos
4. Objetivos en Mobile Marketing
5. Seguimiento de campañas

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PUBLICIDAD MOBILE

1. Tipos de publicidad
2. Diferencias entre Publicidad on-Deck y Publicidad off-Deck
3. Creación de campañas publicitarias en dispositivos móviles
4. Ejemplos de campañas
5. Las redes publicitarias móviles

UNIDAD DIDÁCTICA 4. INTEGRACIÓN DEL MARKETING MOBILE EN LA ESTRATEGIA ON Y OFF

1. Comunicación integrada en el mensaje
2. Integración del mobile marketing en la estrategia offline
3. Integración del mobile marketing en la estrategia online

UNIDAD DIDÁCTICA 5. ESTRATEGIA MOBILE

1. Diseño adaptado a dispositivos móviles: Responsive Design
2. Móvil y Marketing Mix
3. Plan estratégico mobile: Estrategia SoLoMo

4. Formatos de publicidad móvil
5. Mobile Adserver
6. Mobile Advertising
7. Integración online y mobile

UNIDAD DIDÁCTICA 6. EL NEGOCIO MOBILE MARKETING Y APPS

1. Internet tradicional vs Mobile
2. Micromomentos de consumo
3. Tecnología Parsing FIT
4. Aplicaciones móviles
5. Estrategia en apps
6. Contenidos orientados a apps
7. Modelos de negocios en aplicaciones
8. Promoción de aplicaciones

UNIDAD DIDÁCTICA 7. TELEVISIÓN Y MÓVILES

1. Introducción
2. Televisión y dispositivos móviles
3. Contenidos para televisión móvil
4. Técnicas y estándares de la televisión móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 8. ANALÍTICA MOBILE

1. introducción al mobile analytics
2. Google Analytics Mobile
3. Mobile Analytics vs Web Analytics
4. Herramientas y seguimiento mobile
5. Claves para la medición en marketing móvil

UNIDAD DIDÁCTICA 9. GEOLOCALIZACIÓN

1. Introducción
2. Sistemas de geolocalización
3. Trabajar la geolocalización
4. Desarrollo de promociones
5. Ubicuinformación

UNIDAD DIDÁCTICA 10. USUARIO MOBILE

1. Tendencias de consumo móvil
2. Prosumer
3. La generación Touch o Táctil
4. Hiperconectividad
5. El móvil en el Customer Journey
6. Usuario multitasking o multitarea
7. Periodismo ciudadano y mobile

UNIDAD DIDÁCTICA 11. MOBILE SOCIAL MEDIA

1. Redes sociales
2. Estrategia social media orientada a móviles
3. Atención al cliente en social media
4. Publicidad social
5. Monitorización

UNIDAD DIDÁCTICA 12. M- COMMERCE

1. Introducción al comercio móvil
2. Mobile Ecommerce Payments
3. Sistemas de seguridad
4. Mobile Business: Freemium, Premium y Suscripciones
5. Mobile Shopping y Showrooming
6. ASO (App Store Optimization) y Growth Mobile

MÓDULO 6. CAPTACIÓN DE CLIENTES A TRAVÉS DE EMAIL MARKETING, USO DE MAILCHIMP

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EMAIL MARKETING

1. Qué es el email marketing
2. Por qué utilizar el email marketing en nuestra estrategia online
3. Factores de éxito en email marketing
4. Definir los objetivos a alcanzar con el email marketing
5. Analiza lo que hace la competencia / mide, mide, mide

UNIDAD DIDÁCTICA 2. MAILCHIMP

1. Ventajas de Mailchimp frente a PHPList
2. Visión general de Mailchimp
3. Las listas en Mailchimp
4. Las campañas en Mailchimp

UNIDAD DIDÁCTICA 3. TU PRIMERA LISTA EN MAILCHIMP

1. Cómo crear una lista de correos en Mailchimp
2. Cómo personalizar una lista en Mailchimp
3. Campos obligatorios para suscribirse a una lista

UNIDAD DIDÁCTICA 4. EL FORMULARIO DE SUSCRIPCIÓN

1. Insertar el formulario de suscripción
2. Motivar a suscribirse
3. Lugares clave donde insertar el formulario de suscripción

UNIDAD DIDÁCTICA 5. DISEÑO DE NEWSLETTERS

1. Las plantillas de Mailchimp
2. Plantillas Premium de Themeforest
3. Factores clave en la selección de las plantillas
4. Cargar plantillas externas en Mailchimp
5. Modificación de plantillas en Mailchimp

UNIDAD DIDÁCTICA 6. CREACIÓN DE LA PRIMERA CAMPAÑA

1. Cómo crear una campaña en Mailchimp
2. Diferencia entre campaña y lista de correo
3. Cómo visualizar la newsletter antes de su envío
4. Cómo elegir el título de la newsletter
5. Cómo elegir el nombre del quien envía la newsletter
6. Otros puntos importantes a tener en cuenta

UNIDAD DIDÁCTICA 7. SEGUIMIENTO DE LA CAMPAÑA

1. La importancia de medir
2. La tasa de apertura
3. Cálculo del CTR
4. Qué hacer con los rebotes
5. ¿Hay bajas? El por qué

UNIDAD DIDÁCTICA 8. APRENDIENDO DE LOS ERRORES

1. Cómo detectar lo que gusta y disgusta de nuestra newsletter
2. Optimizar la lista de correo
3. ¿Es la plantilla adecuada?
4. Conseguir feedback de los usuarios
5. Aumentar el rendimiento

UNIDAD DIDÁCTICA 9. CASO PRÁCTICO

MÓDULO 7. APLICANDO CRO. CONVERSION RATE OPTIMIZATION

UNIDAD DIDÁCTICA 1. EXPERIENCIA DE USUARIO -UX

1. Definición de Experiencia de Usuario
2. Principios de la Experiencia de Usuario
3. El papel del Diseñador UX en el proceso de creación
4. Etapas del diseño UX
5. Técnicas para el diseño UX
6. Herramientas UX

UNIDAD DIDÁCTICA 2. EXPERIENCIA DIGITAL Y EXPERIENCIA DEL USUARIO

1. Monitorización de la experiencia digital del cliente
2. El marketing online
3. Social media marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 3. CONVERSION RATE OPTIMIZATION

1. Introducción a Conversion Rate Optimization
2. Tu primer funnel
3. Determina una hipótesis, experimentación y priorización de métricas

UNIDAD DIDÁCTICA 4. A/B MULTIVARIATE TESTING

1. Las landing pages
2. Cómo llevamos a cabo un «experimento»
3. Cómo funciona el a/b testing

UNIDAD DIDÁCTICA 5. FASE DE CONVERSIÓN

1. Introducción
2. Formularios
3. Call to action
4. Landing Pages

UNIDAD DIDÁCTICA 6. ANÁLISIS Y OPTIMIZACIÓN DEL FUNNEL DE CONVERSIÓN

1. Medición de la conversión
2. Mejora de la conversión
3. Herramientas CRO y Testing
4. Análisis Cross-Channel Marketing

UNIDAD DIDÁCTICA 7. LANDING PAGE OPTIMIZATION

1. Diseño
2. Mensajes
3. Formulario
4. Información
5. Reclamo
6. Páginas responsive
7. SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 8. SEO Y COPYWRITING

1. Introducción al SEO y copywriting
2. SEO Copywriting
3. Claves principales para una estrategia de SEO-Copywriting

UNIDAD DIDÁCTICA 9. COPYWRITING APLICADO

1. Introducción
2. Conectar con la audiencia
3. Call to action
4. Principales Técnicas
5. Apartado "Sobre mí"
6. Consejos SEO

UNIDAD DIDÁCTICA 10. GOOGLE ANALYTICS

1. ¿Qué es Google Analytics?
2. Introducción a la analítica web
3. ¿Cómo funciona Google Analytics?
4. Cookies
5. Introducción a JavaScript
6. Principios de Google Analytics
7. ¿Qué es el porcentaje de rebote?
8. Página de destino
9. Conversiones
10. Objetivos
11. Eventos
12. Porcentaje de abandono
13. Visita/usuario único
14. Iniciar sesión en Google Analytics
15. Incorporar código de seguimiento de Google Analytics en el sitio web
16. Verificar que Google Analytics recibe datos
17. Cambiar configuraciones de la cuenta de Google Analytics
18. Gestión de usuarios
19. Eliminar cuenta de Google Analytics
20. Cambiar configuraciones de la interfaz de Google Analytics (Idioma)

UNIDAD DIDÁCTICA 11. HERRAMIENTAS PARA CRO

1. Tipos de herramientas para optimizar CRO
2. Google tag manager
3. Google optimize
4. PageSpeed Insights de Google
5. Adobe Target
6. AB Tasty
7. Optimizely

UNIDAD DIDÁCTICA 12. NEUROMARKETING MIX Y NEUROVENTAS

1. Las 4 Ps en el neuromarketing
2. Fundamentos y metodología de la neuroventa
3. La neurocomunicación en la venta

4. Estrategias producto servicio
5. Packaging y neuromarketing
6. Factor precio en neuromarketing

MÓDULO 8. MARKETING DE AFILIACIÓN

UNIDAD DIDÁCTICA 1. ¿QUÉ ES EL MARKETING DE AFILIACIÓN?

1. Introducción al marketing de afiliación
2. Ecosistema y funcionamiento del marketing de afiliación
3. Principales modelos y plataformas de afiliación
4. Ventajas y desventajas del marketing de afiliación
5. Principios del marketing de afiliación
6. Recomendaciones para el marketing de afiliación

UNIDAD DIDÁCTICA 2. HISTORIA DEL MARKETING DE AFILIACIÓN

1. Antecedentes del marketing de afiliación
2. Origen del marketing de afiliación
3. Conceptualización a lo largo del tiempo
4. Evolución del marketing de afiliación

UNIDAD DIDÁCTICA 3. PROTAGONISMO DEL MARKETING DE AFILIACIÓN Y SECTORES DONDE MÁS SE UTILIZA

1. Protagonismo del marketing de afiliación en la actualidad
2. Sectores donde más se aplica el marketing de afiliación
3. Tendencias futuras en marketing de afiliados

UNIDAD DIDÁCTICA 4. MARKETING DE CONTENIDOS (CONTENT MARKETING)

1. ¿Qué es el Inbound Marketing?
2. Marketing de Contenidos
3. Marketing Viral
4. Video Marketing
5. Reputación Online

UNIDAD DIDÁCTICA 5. MARKETING DE AFILIACIÓN PASO A PASO APLICADO COMO AFILIADO

1. Elige el nicho adecuado evaluando la competencia
2. Conviértete en afiliado eligiendo el método
3. Decide como monetizar tus resultados
4. Elige tus plataformas de difusión y genera contenidos
5. Atrae tráfico a tus canales
6. Convince a tu audiencia y genera ventas